

Cooperativismo e Economia Social, nº 35 (2012-2013), pp. 37-65

REPRESENTAÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Cristina PARENTE, Vanessa MARCOS,
Daniel COSTA, Cláudia AMADOR¹

Resumo:

O artigo visa discutir as representações acerca da problemática do empreendedorismo social² veiculadas por atores que, em Portugal, intervêm na configuração deste campo de conhecimentos e de práticas, ora a título institucional (político e setorial), ora organizacional, ora mesmo individual dada a sua pertença a organizações do terceiro sector. As representações dos

¹ - Cristina Parente, Professora Auxiliar do Departamento de Sociologia, Faculdade de Letras da Universidade do Porto e investigadora do Instituto de Sociologia da mesma instituição; cparente@letras.up.pt; Vanessa Marcos, Doutoranda em Sociologia, Investigadora do Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto; vanessa.c.marcos@gmail.com; Daniel Costa, Psicólogo Social, Doutorando em Sociologia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e membro do ISFLUP - Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto; danielcostapsy@gmail.com; Cláudia Amador, Doutoranda em Sociologia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e Bolseira de Investigação no ISFLUP – Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto; claudia.carvalho.amador@gmail.com.

² - O artigo resulta do trabalho desenvolvido pelos autores no âmbito do projeto *Empreendedorismo Social em Portugal: as políticas, as organizações e as práticas de educação/formação*, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (PTDC/CS-SOC/100186/2008), liderado pelo ISFLUP - Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, e desenvolvido em parceria com a A3S - Associação para o Empreendedorismo Social e a Sustentabilidade do Terceiro Setor e com o Dinâmia/CET do Instituto Universitário de Lisboa.

atores são discutidas à luz de diferentes escolas teóricas, procurando captar-se igualmente a diversidade de significados das dimensões caracterizadoras do empreendedorismo social, bem como as controvérsias em torno do conceito.

A análise realizada permite concluir que existe uma heterogeneidade de sentidos e uma fluidez das fronteiras que enquadram e definem estes processos. Prevalece a proximidade do conceito às escolas norte-americanas, porém com especificidades que se coadunam com as particularidades da sociedade portuguesa e da própria Escola Europeia da Economia Social.

1. OS ATORES DO CAMPO DO TERCEIRO SETOR E AS REPRESENTAÇÕES DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Por força da imprecisão sentida e a escassez de trabalhos sobre a temática do empreendedorismo social no contexto nacional³, o presente texto tem como prioridade auscultar as representações de atores que, em Portugal, intervêm atualmente na configuração do conceito de empreendedorismo social, ora a título institucional (político e setorial), ora organizacional, ora mesmo individual. A análise dos discursos combina informações recolhidas, sob a forma de entrevistas, em dois momentos distintos da investigação: 20 são resultado da primeira fase da pesquisa, desenvolvida com um carácter exploratório, em que foram entrevistados indivíduos com pertenças variadas ao terceiro setor; sete surgem numa fase posterior, no âmbito dos estudos de caso a organizações do terceiro sector (OTS) socialmente empreendedoras, em que se realizaram entrevistas aos seus dirigentes, mais especificamente aos seus presidentes, diretores ou técnicos (estes últimos, sobretudo com funções de chefia).

Assim, o universo analítico é constituído por 27 atores chave, sendo que, no total, foram recolhidos depoimentos de 44 entrevistados. Duas advertências neste âmbito, a saber: i) o número de entrevistados varia consoante a organização e a fase da investigação (exploratória ou de estudos de caso); ii) existem atores chave que não figuram enquanto representativos de qualquer instituição, mas como atores individuais (Quadro 1). Assumimos o pressuposto segundo o qual as representações, o discurso e o perfil destes atores, detentores de algum grau de poder genericamente associado a funções dirigentes, influenciam a configuração atual dos processos de empreendedorismo social, em Portugal.

³ - Atenda-se, contudo, às reflexões de Quintão (2004) e Ferreira (2005).

Os discursos são sempre uma forma de expressão que revela uma posição com repercussões ao nível da práxis, não ignorando contudo o desvio sempre existente entre as narrativas e as práticas efetivas. Acresce que a diversidade da pertença institucional e organizacional constituiu um critério de seleção dos atores, de modo a darmos conta da pluralidade legal e setorial do terreno em que intervêm profissionalmente. Deste modo, entendemos os discursos como equivalentes nos seus contributos para a construção do conceito e das práticas de empreendedorismo social, porém atendendo à especificidade de cada ator.

No Quadro 1, tipifica-se os atores e as organizações de pertença dos entrevistados, segundo os critérios da forma jurídica e da pertença institucional (política e setorial) e organizacional⁴.

Quadro 1. Pertença dos atores chave entrevistados segundo a forma jurídica e pertença institucional e organizacional

Organizações dos entrevistados/atores chave	Pertença institucional e organizacional
Organização A	Cúpula setorial
Organização B	
Organização C	
Organização D	
Organização E	
Organização F	
Organização G	
Organização H	
Organização I	Investigação e formação
Organização J	
Organização K	
Organização L	Instituições e atores ligados ao ensino
Organização M	
Organização N	

⁴ - No contacto efetuado aos informantes privilegiados obtivemos quatro recusas, dois atores individuais e dois representantes de cúpula.

Organização O	Organização política
Organização P	
Organização AD	Organizações de base objeto de estudos de caso
Organização CE	
Organização CT	
Organização DIA	
Organização PR	
Organização PP	
Organização TC	
Programa de fomento 1	Programas de fomento
Programa de fomento 2	
Informante 1	Pluralidade de pertenças ligadas à problemática
Informante 2	

Fonte: concebido pelos autores baseado nas entrevistas

Do total de 25 entrevistados institucionais, 8 foram selecionados por constituírem atores de representação de cúpula setorial, isto é, integrantes de entidades representativas das diversas formas jurídicas de organizações que constituem o terceiro setor, embora a diferentes níveis de agregação. Segundo a tipologia de estruturação setorial apresentada por Cerdeira e Padilha (1988), entrevistou-se enquanto cúpula de terceiro nível, a organização D; no âmbito das organizações representadas pelas entidades que integram esta estrutura setorial e que assumem um nível intermédio na correspondente hierarquia das representações institucionais, foram entrevistadas as organizações A, B, C, E, F, G, M e a H.

O nível primário congrega as organizações de base, no qual se inserem:

- As entrevistas realizadas a quatro organizações que se dedicam à investigação e formação, designados por Organizações I, J, N e K. As Organizações I e K foram selecionadas pela importância assumida no panorama da formação especializada nos domínios do empreendedorismo social e por colocarem na agenda nacional a problemática da inovação social; com atividades idênticas, encontra-se, mas afeta a uma família específica do terceiro setor, a Organização J; a Organização N define-se como ator chave na promoção da economia social na área do ensino secundário;

- A Organização L, única agência de financiamento do terceiro setor, à época;

- As sete organizações objeto dos estudos de caso (AD, CE, CT, DIA, PR, PP e TC) que partilham, pelo menos, uma característica típica dos processos de empreendedorismo social, a saber: (i) atuam junto de públicos vulneráveis e insolventes e (ii) dedicam-se a atividades de índole social que combinam com atividades de cariz comercial para alavancar a missão social da organização. Apresentam, de acordo com os critérios em análise, um perfil socialmente empreendedor.

Foram ainda selecionados dois atores chave de representação da política estatal, aqui designados por Organização O e a Organização P e dois representantes de programas nacionais, com pertinência ao nível do fomento do empreendedorismo social: o Programa de fomento 1, destinado a eliminar fatores que estão na origem das desigualdades e discriminações no acesso ao mercado de trabalho (EQUAL); o Programa de fomento 2, de coordenação estratégica e operacional das políticas de combate à pobreza e à exclusão social (PNAI).

Enquanto atores individuais, foram entrevistados o Informante 1 e o Informante 2, devido à experiência de trabalho no domínio da intervenção e consultoria na área do empreendedorismo social, bem como pela sua integração atual enquanto docentes de universidades que lecionam programas científicos relacionados com a problemática.⁵ Neste sentido, procurámos aferir, através das entrevistas semiestruturadas: i) se os atores chave conheciam o conceito de empreendedorismo social; ii) a que universo de práticas o aplicavam; iii) se o conceito era aplicável à organização que integravam ou tinham integrado; iv) se preferiam usar outros conceitos para identificar a missão e as práticas da(s) sua(s) instituição(ões) (e.g. economia social, terceiro setor, economia solidária).

As entrevistas foram objeto de uma análise de conteúdo baseada no procedimento de codificação temática clássico (Straus 1987, *cit in* Flick 1998),

⁵ - Foram entrevistados 22 mulheres e 22 homens, genericamente com habilitações académicas ao nível do ensino superior. No que concerne às funções ou cargos desempenhados, 26 dos interlocutores são membros de direção (presidentes, vice-presidentes e outros), 13 ocupam funções de coordenação e chefia e 3 são membros sem funções de chefia, o que, em termos gerais, significa que aferimos representações de dirigentes organizacionais. Mais de metade destes atores (29) tem idades inferiores a 50 anos, embora a maioria (25) possua uma vasta experiência (igual ou superior a 10 anos) no campo do terceiro setor.

com base em categorias pré-estabelecidas no nosso quadro teórico, e outras que emergiram indutivamente dos discursos dos atores.

2. AS REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS

2.1. As concepções de empreendedorismo social

A partir de uma análise do discurso na sua integralidade, começamos por afetar os atores chave a uma representação teórica de empreendedorismo social (Quadro 2). Ou seja, a análise de conteúdo das entrevistas, conjugada com a filiação institucional e organizacional dos entrevistados, permitiu aferir uma aproximação ideológica às escolas de pensamento do empreendedorismo social consideradas ao longo do estudo e, em alguns casos, debater a existência de concepções distintas sobre a temática.

Neste sentido, as quatro escolas de pensamento que estão na base da nossa abordagem analítica e enformam o conceito adotado são as seguintes:

i) Escola da Inovação Social (Dees, 2001; Bornstein, 2007; Mulgan, 2007).

A tónica assenta na promoção de formas inovadoras de capacitação das comunidades, de criação de impacto social ou capacidade de mudança, bem como a escala e a sustentabilidade das iniciativas. Esta abordagem veicula a figura do empreendedor social e das suas qualidades pessoais intrínsecas enquanto ator com um papel fundamental na criação de valor social.

ii) Escola Empresarial ou de Geração de Receitas (Boschec & McLurg, 2003).

Postula o recurso a mecanismos e ferramentas de planeamento e gestão estratégica de carácter empresarial e de orientação para o mercado. Neste sentido, a premissa avançada por esta escola reside no desenvolvimento de atividades comerciais enquanto garantia de sustentabilidade, eficácia e prossecução de objetivos sociais no setor não lucrativo tal como a Escola da Inovação Social, esta abordagem tem origem anglo-saxónica.

iii) Escola da Economia Social Europeia (Defourny & Borzaga, 2001; Spear, 2006; Defourny & Nyssens, 2010b).

O enfoque desta abordagem reside nos mecanismos organizacionais que, obedecendo a uma estratégia de democraticidade interna e de gestão participadas, bem como orientadas para os diversos *stakeholders*, asseguram a perseguição de objetivos sociais. Neste sentido, destacamos a incorporação

de determinados princípios na estrutura interna das organizações, designadamente: i) objetivo de servir a comunidade e os interesses sociais em detrimento dos interesses do capital; ii) a gestão independente face ao setor público e privado; iii) a democraticidade dos processos de decisão; iv) a primazia das pessoas e do trabalho sobre o capital na distribuição do rendimento. A nossa proposta analítica está sobretudo alinhada com a proposta da EMES e doravante designada por Escola da Economia Social.

iv) A Escola da Economia Solidária (Souza, 2010; Laville & Gaiger, 2009).

Trata-se da abordagem latino-americana que enfatiza, em linha com a Escola da Economia Social Europeia, a participação e a democraticidade interna das iniciativas, porém diferencia-se por advogar uma proposta alternativa ao modelo económico vigente assente nos princípios da solidariedade, da autogestão, da reciprocidade e da redistribuição económica.

De salientar que o valor heurístico das diferentes propostas teóricas define-se, largamente, pela sua capacidade de configurar a realidade empírica que tomam como referência.

Quadro 2. Afetação do discurso dos atores chave, por referencial teórico

Referencial teórico	Organizações	Excertos	N
Escola da Inovação Social	Organização I Organização L Informante 1 Informante 2 Organização F Organização H Programa de fomento 2	<i>“uma iniciativa que gera inovação social deve ser empreendedora, deve ter impacto social, tem de resolver sistemicamente problemas (...) Tem de ser eficiente, fazer ao menor custo; tem de ser sustentável, não pode ser pontual (...) e tem de ser replicável” (Organização H). “consiste em encontrar (...) respostas em pequena escala, que depois podem ser ampliadas de baixo para cima, e assentes no empowerment “ (Informante individual 1)</i>	7

Escola Empresarial ou da Geração de Receitas	Organização A Organização B Organização E Organização CT Organização DIA Organização P	<p><i>“E isso só acontece quando cria uma lógica de comércio justo ou que tem alguma rentabilidade [...]. Normalmente empreendedorismo implica uma atividade, pelo menos a forma como eu vejo, uma atividade econômica; a parte do social tem a ver com a forma como esse empreendedorismo é feito e o local onde é feito (...)” (Organização A).</i></p> <p><i>“Há sessenta anos criou-se um mote...a diocese entendeu que para suprimir essas necessidades....[n]um concelho pobre e (...) perante as dificuldades dessas famílias, a [CT] tinha que arranjar meio de subsistência e de ganhar a sua sustentabilidade financeira para poder educar esses jovens. E então aí foi com a gráfica, e ganhou-se logo aí a ideia da parte comercial para investir na parte social! Surgiu daí o resto que vem com naturalidade, ou seja, houve uma consciencialização [...] que as bombas também eram uma oportunidade de negócio [...]! Depois nós criamos uma cozinha industrial para providir outra oportunidade de negócio para poder fazer um investimento depois na parte social e tudo isto é consequência e é natural, pronto porque a ideia base [...] é que nós pensamos que uma IPSS deve ter sempre ... deve pensar sempre essencialmente em ter também valências de valor acrescentado, geradores de riqueza!” (Organização CT).</i></p>	6
Escola da Economia Social	Organização C Organização D Organização J Organização M Organização N Organização PR Programa de fomento I	<p><i>“um conjunto de entidades que se caracterizam por serem entidade de um membro, um voto; serem organizações sem fins lucrativos, organizações de gestão democrática, organizações com autonomia institucional” (Organização N)</i></p> <p><i>“entendo que a Economia Social é sobretudo um instrumento para o desenvolvimento regional e local. A Economia Social não se pode colocar como alternativa ao sistema global (...) porque a sua inserção é no mercado” (Organização J).</i></p>	7
Escola da Economia Solidária	Organização G Organização K Organização O Organização TC	<p><i>“Na economia social (...) não cabe isto que para mim é fundamental – que é o compromisso da solidariedade. (...) que tem a ver com a nossa dimensão humana, no quadro da nossa relação, na satisfação das nossas necessidades, eu ponho o solidário como imagem de marca” (Organização G).</i></p> <p><i>“A Economia Solidária é mais antiga e autónoma do Estado (...) pretende ter uma ligação muito estreita com a sociedade civil, com o mercado e com o Estado também” (Organização O).</i></p>	4

Sem referencial teórico	Organização AD Organização CE Organização PP	<i>“inovação, dinamismo... é agora o que me ocorre!” (Organização CE)</i> <i>“Porque o empreendedorismo social acaba por ir às pessoas, as pessoas (...) , estão ligadas a todo o mundo, é algo que as bafeja, e a partir daí eu penso que o empreendedorismo social é o que é feito à pala da banca que faz promover o progresso! E promovendo o progresso faz promover o Homem.!” (Organização PP)</i>	3
Total			27

Fonte: concebido pelos autores baseado nas entrevistas

No conjunto, e independentemente do grau de familiaridade com a temática, a análise das representações dos atores chave mostra que os discursos se distribuem, de forma relativamente proporcional, pelas diferentes escolas de pensamento, ainda que a influência anglo-saxónica seja maior, especialmente se acumularmos os discursos próximos da Escola da Inovação Social e da Escola Empresarial ou da Geração de Receitas (13 do total de 27 atores chave entrevistados). Deste total, sete narram uma representação que se aproxima da Escola da Economia Social e quatro identificam-se com a perspetiva da Escola da Economia Solidária. De salientar, ainda, que três organizações de base do terceiro setor, alvo de estudo de caso, assumem o seu desconhecimento face à temática e, por isso mesmo, produzem um discurso vago e generalista.

As questões colocadas em situação de entrevista suscitaram um debate sobre outros conceitos associados ao empreendedorismo social, que é interessante reter e que abordaremos nos próximos pontos.

2.2. Os conceitos em discussão

A análise de conteúdo às entrevistas revela que a temática emergente do empreendedorismo social faz emergir no discurso uma série de conceitos que lhe estão mais ou menos associados. No caso das entrevistas exploratórias, as organizações sublinham, por um lado, a pouca familiaridade com a temática (Organizações A, D e N) e, por outro lado, preferem uma filiação a outros conceitos, designadamente o de “Terceiro Setor” (Organização M) e o de “Economia Social” (Organização J). Como veremos adiante, estas opções não estão alheias a conflitos teóricos e ideológicos com o conceito de empreendedorismo social. Segundo diferentes perspetivas, estes conceitos concorrem para uma maior aproximação (ou distanciamento) face ao emergente “empreendedorismo social”.

No que toca à aplicabilidade do conceito, regista-se a existência de 10 organizações, cinco no âmbito das entrevistas exploratórias (Organizações A, D, J, M e N) e cinco no âmbito dos estudos de caso (Organizações AD, CT, PP, PR e CE) e que afirmam não aplicar o conceito de empreendedorismo social nas suas organizações. Destas últimas, quatro (AD, CE, PP e CT) não se identificam com o conceito de empreendedorismo social. Estamos em crer que tal resulta do facto de serem atores de terreno, provavelmente mais focados na *praxis* e menos atentas a questões terminológicas, de reflexão ou de discussão teórico-empírica.

2.2.1. A economia social e solidária

Apesar de ser um dos conceitos associados à temática em estudo, o termo “Economia Solidária” tem diferentes leituras para os vários entrevistados, demonstrando-se uma fraca consolidação da sua definição. A título de exemplo, a Organização N associa-o ao conjunto de organizações caritativas, no âmbito da Igreja, e a Organização C considera-o como o conjunto de associações de desenvolvimento local e de inserção social.

Já a Organização B insere a economia solidária no âmbito mais alargado da economia social. Segundo esta entidade, a economia solidária inclui as IPSS e as Misericórdias, pois têm como objetivo a satisfação de necessidades sociais da comunidade em geral. Além disso, defende que a economia social apenas inclui as cooperativas e mutualidades, uma vez que estas encerram objetivos e interesses específicos dos seus membros.

Por fim, destaca-se a complementaridade que 3 organizações (E, F e G) conferem aos diferentes conceitos de economia social e solidária e de empreendedorismo social:

“Quanto a mim os conceitos não são a mesma coisa, mas complementam-se – para mim o empreendedorismo social está dentro do grande bolo da economia social.” (Organização E)

“(…) e dentro deste conceito de economia solidária, o empreendedor social é uma figura chave. Quando falo de empreendedor pode não ser uma pessoa, pode ser um grupo de pessoas, o empreendedorismo social é a alavanca da economia solidária” (Organização F)

Uma perspetiva menos complementar é aquela apresentada pelo Informante 1, que coloca a economia social e o empreendedorismo social em polos opostos, fazendo mesmo lembrar o *continuum* de Dees (2001). Concretizando,

este ator reconhece a presença de “uma série de híbridos (...) [sendo que] a economia social está mais próxima da atividade económica e o empreendedorismo social mais próximo da atividade puramente social (...) Mas são manchas em que ao mesmo tempo há uma zona de interseção”.

2.2.2. O terceiro setor

Transversal aos diferentes discursos, surge com intensidade notável o conceito de “terceiro setor”, porém novamente sem reunir consenso. O seguinte excerto é indicativo disso mesmo:

“O grande problema do terceiro setor, que eu situei aqui, acaba por estar ao longo da reta de várias formas, porque é assim, o terceiro setor é uma grande amálgama. Nós temos no terceiro setor desde uma Mutualidade ou uma IPSS, [esta] 90% dependente de fundos públicos, portanto, uma instituição para-pública basicamente, como temos a [cooperativa X] que, como sabem, é uma grande empresa (...) lucrativa (...) eu diria que não tem fatores identitários muito coesos. Há uma enorme diversidade de organizações e de propostas (Informante 1).

O caráter ambíguo do campo do terceiro setor está presente neste discurso, que salienta a perplexidade de ver reunidas sob uma mesma designação, por um lado, as práticas e objetivos lucrativos de certas cooperativas (deixando subjacente uma crítica à aparente falta de compromisso com os princípios éticos que enformam o cooperativismo) e, por outro, as práticas de mera execução da política social estatal, frequentemente levadas a cabo de forma subordinada e acrítica.

Não obstante, a heterogeneidade deste setor de atividade constitui, para a representante do Programa de fomento 1, a sua principal riqueza e “simultaneamente a sua debilidade porque há aqui uma necessidade de afirmação perante a outra economia, a economia dominante”. Este Programa parece pugnar pela necessidade de uma designação comum capaz de potenciar o sentimento de pertença entre as diversas organizações. Contudo, não é uma perspetiva que recolha amplo consenso.

Deste modo, evidencia-se a ausência de uma identidade coesa, conforme destaca o Informante 1, não só pela diversidade jurídica das organizações que integram o terceiro setor, mas sobretudo pelos princípios que as regem, pelas atividades que desenvolvem e pelos públicos que servem.

3. DIMENSÕES CARATERIZADORAS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Como vimos, o empreendedorismo social encontra-se associado a uma pluralidade de ideias, uma vezes com relações de complementaridade, outras remetendo para forças contraditórias. Como tal, procuramos aprofundar as diferentes visões que os atores chave mobilizam para caracterizar este fenómeno.

Uma primeira ilação remete para a própria indefinição concetual e ausência de conhecimento de referências teóricas sobre o conceito. Este vazio de significado é associado quer ao caráter recente do fenómeno, quer à ambivalência que parece ter subjacente:

“Ninguém consegue responder a esta questão de forma muito fácil, até porque o empreendedorismo social integra em si um conceito misto e com uma zona cinzenta bastante significativa (...)” (Organização E)

“(...) enfim são territórios ainda novos e pouco fechados do ponto de vista académico, do ponto de vista teórico, portanto ainda [há] muita indefinição” (Informante 1)

No que se refere aos traços distintivos do processo de empreendedorismo social focados pelos atores chave, observe-se o Quadro 3 que sintetiza as principais dimensões caraterizadoras e fundamenta-as com excertos ilustrativos, embora nem sempre mutuamente exclusivos.

Quadro 3. Dimensões caraterizadoras do empreendedorismo social

Dimensões caraterizadoras	Excertos	Atores chave
Resposta a necessidades sociais	<p><i>“a resolução de necessidades da sociedade, de uma forma de preferência inovadora, quer quanto ao problema, quer quanto ao método” (Organização F)</i></p> <p><i>“Eu penso que é um pouco essa procura de respostas a problemas sociais que existe, de uma forma inovadora e criativa, muitas vezes com poucos recursos” (Organização M)</i></p>	Organizações F, K, CT, CE, DIA, PP e M

Desenvolvimento territorial e capacitação das comunidades	<i>“consiste em encontrar (...) respostas em pequena escala, que depois podem ser ampliadas de baixo para cima, e assentes no empowerment” (Informante 1)</i>	Organizações B, E, F, I, K, L, AD, CE, e PR e TC, o Programa de fomento 1 e 2, e Informante 1
Sustentabilidade económica e gestão empresarial	<i>“Normalmente, empreendedorismo implica uma atividade, pelo menos a forma como eu vejo, uma atividade económica; a parte do social tem a ver com a forma como esse empreendedorismo é feito e o local onde é feito (...) isso tem muito a ver também com o que é tradicional, está muito ligado ao local em si, onde é desenvolvido e com tudo o que traz de mais-valia quer no produto que é produzido ou trabalhado, quer no retorno que há para a comunidade do trabalho que é feito.” (Organização A)</i> <i>“Enquanto organização social que se tenta orientar à sustentabilidade” [...], é uma questão e uma abordagem que tem de ser mesmo profissionalizada” (Organização DIA).</i>	Organizações A, K, CT, CE, DIA e PR, Informante 1 e 2
Postura não assistencialista	<i>“Por exemplo na área social, há uma coisa que nós combatemos e criticamos muito que é a cultura da caridadezinha e do miserabilismo” (Organização DIA)</i> <i>“(...) capacidade empreendedora, criatividade, (...) e sustentabilidade” (Organização PR)</i> <i>“É aí que eu acho que o Empreendedorismo Social ganha espaço na sociedade que temos porque traz a questão da inovação, a questão da responsabilidade, a questão da diferenciação, a questão da parceria e da sinergia!” (Organização PR)</i>	Organizações F, CE, CT, PR, DIA, TC e PP

Fonte: concebido pelos autores baseado nas entrevistas

As dimensões caraterizadoras do empreendedorismo social surgem frequentemente inter-relacionadas, e da análise do Quadro 3 emerge um entendimento plurifacetado do conceito assente em 4 pilares: i) resposta a necessidades sociais; ii) desenvolvimento territorial e capacitação das comunidades; iii) sustentabilidade económica e gestão empresarial e iv) postura não assistencialista.

É sugerida a existência de uma necessidade social, não atendida nem pelo Estado nem pelo mercado, como um dos motores da iniciativa de empreendedorismo social. É nesta linha que a Organização K considera que o empreendedorismo social permite dar respostas aos problemas sociais, capacitando populações no sentido da mudança da “balança de poder”, da criação de valor e de impactos sociais.

Outra característica do conceito do empreendedorismo social prende-se com o “desenvolvimento territorial e capacitação das comunidades” e é percecionada pela Organização G como: “*a vontade, a capacidade e a motivação que as pessoas têm para levar a cabo ações que promovam o bem-estar comum nos seus territórios de intervenção*”. Por territórios de intervenção entenda-se as áreas da “*cultura, o desenvolvimento económico, o apoio social direto e mais tradicional, o ambiente*”.

Os discursos das organizações A e B evidenciam um cruzamento de dimensões, na medida em que a eficácia do empreendedorismo social é maior quando assenta em respostas locais e numa atividade económica geradora de riqueza:

“Normalmente empreendedorismo implica uma atividade, pelo menos a forma como eu vejo, uma atividade económica; a parte do social tem a ver com a forma como esse empreendedorismo é feito e o local onde é feito (...) isso tem muito a ver também com o que é tradicional, está muito ligado ao local em si, onde é desenvolvido e com tudo o que traz de mais-valia quer no produto que é produzido ou trabalhado, quer no retorno que há para a comunidade do trabalho que é feito.” (Organização A)

A dimensão da sustentabilidade económica é sublinhada na medida em que tende a considerar-se que o empreendedorismo social representa a procura de “métodos, organizações e formas de responder a necessidades sociais que sejam total ou parcialmente sustentáveis do ponto de vista económico” (Informante 1). O conceito de sustentabilidade implica de *per si* considerar a vertente social, ambiental e económica, pelo que constitui, de acordo com a nossa proposta analítica, um critério de definição de uma iniciativa de empreendedorismo social; porém, é sobretudo a sustentabilidade económica canalizada para uma missão social que assume relevância nos discursos analisados. As organizações CE e PP associam o empreendedorismo social à questão da sustentabilidade apoiada nas áreas comerciais, sem perder de vista a missão da organização e a qualidade dos serviços prestados, indo de encontro às necessidades do(s) seu(s) público(s). A questão da sustentabilidade económica é reiterada pela organização DIA, que associa o empreendedorismo social a instrumentos e práticas gestionárias oriundas ou aplicadas no e pelo setor privado. Refere-se, designadamente, ao uso eficiente de recursos, à medição dos impactos e à responsabilização das organizações.

A rutura com a postura de um paradigma assistencialista é outra das características do empreendedorismo social que autonomizamos, ainda que alguns

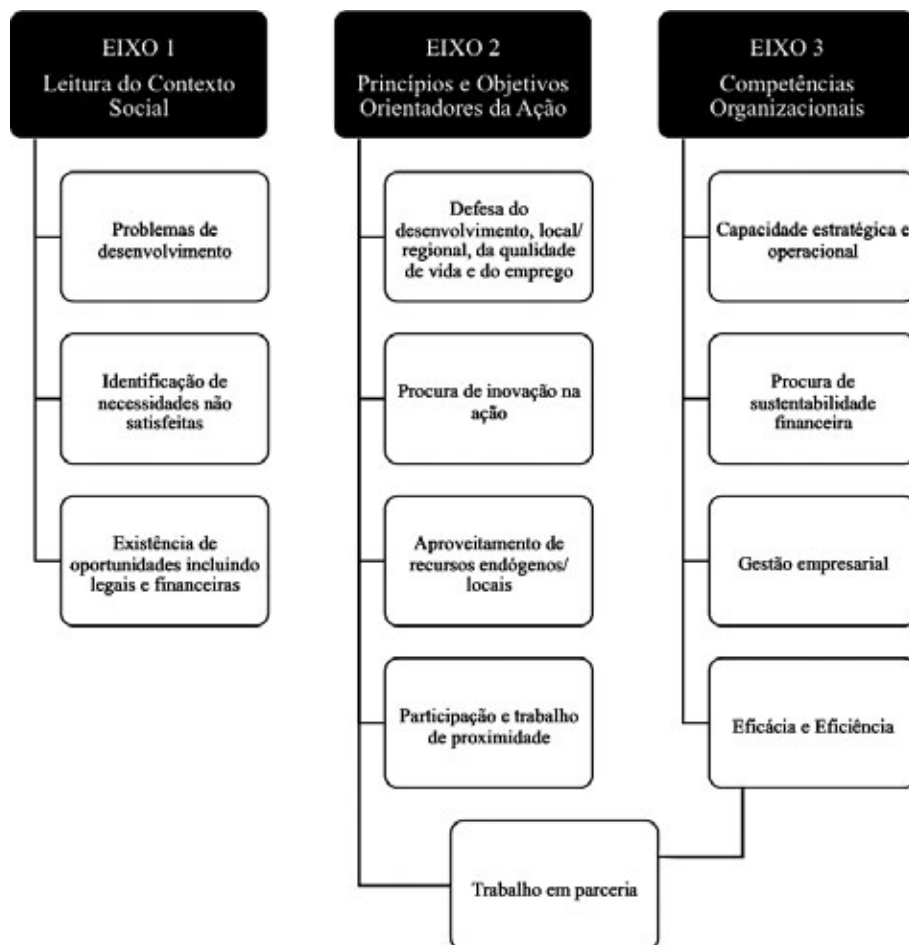
atores chave a relacionem ora com a sustentabilidade económica, ora com as modalidades de intervenção, ou seja, *“a resolução de problemas sociais, de preferência de uma forma inovadora, quer quanto ao problema, quer quanto ao método”* (Organização F). Nesta linha de raciocínio, o empreendedorismo social remete quer para a gestão profissional de vários recursos, considerados como raros, quer para um modelo de intervenção capacitador e empoderador (Organização PR). Tendo em conta as dimensões enunciadas, parece que a generalidade dos discursos sobre o empreendedorismo social revela uma tendência anglo-saxónica, onde a sustentabilidade económica, a gestão empresarial e a qualificação organizacional é mais notória comparativamente à perspetiva da economia social ou da economia solidária. Estas focam os princípios de democratização do processo de decisão, de participação das populações, descentralização das iniciativas e as práticas emancipatórias assentes no empoderamento das comunidades e parecem estar menos presentes em termos discursivos.

4. SENTIDOS E SIGNIFICADOS DAS DIMENSÕES CARATERIZADORAS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Atendendo à análise aprofundada que fizemos nas sete organizações objeto de estudos de caso, onde o contacto com os diferentes membros foi mais prolongado e próximo e que contou com a participação de vários níveis hierárquicos em diferentes momentos da permanência nas OTS, procuramos esclarecer o sentido e o significado atribuídos às dimensões caraterísticas do conceito de empreendedorismo social, a partir dos discursos dos vários interlocutores.

Neste sentido, as suas perceções sobre “o que é o empreendedorismo social” permitiu identificar uma relação do conceito, assente nas dimensões caracterizadoras anteriormente descritas (Quadro 3), com três eixos interpretativos dos estudos de caso (Figura 1): i) uma determinada leitura do contexto social (que remete para a abordagem mais generalista em torno da resposta a necessidades sociais), ii) os princípios e objetivos que enformam a atividade da organização em termos de modelos de intervenção, orientada seja para os indivíduos, seja para o coletivo ou para a comunidade (que integra a dimensão do desenvolvimento territorial e a capacitação das comunidades) e iii) competências organizacionais (em que se incluem as caraterísticas da sustentabilidade económica e da gestão empresarial).

Figura 1 – Práticas associadas ao conceito de empreendedorismo social



Fonte: concebido pelos autores baseado nas entrevistas

4.1 A leitura do contexto social

O eixo da *leitura do contexto social* remete para a interpretação das dinâmicas locais e sociais, ou ausência delas, que se consubstancia nos designados problemas de desenvolvimento. Sobre estes, afirmam ter um olhar inconformista, resultado de uma consciência da capacidade de inovação que podem exercer. Apesar do contexto internacional e nacional de crise económico-financeira, estas organizações consideram que se vive um momento de novas

oportunidades para o desenvolvimento de atividades e iniciativas que fazem parte da missão das OTS, para a satisfação de necessidades sociais dos públicos e para a oferta de serviços de proximidade (regional ou local) em falta, decorrentes, nomeadamente, de programas comunitários e do estatuto jurídico, que lhes conferem benefícios fiscais e acesso a financiamento.

Não estando assegurado por outras entidades públicas ou privadas, o tipo de atividades que estas OTS desenvolvem é encarado como uma resposta única a necessidades que carecem de intervenção no território:

“(...) ao nível da região não existe nenhuma outra organização vocacionada para este tipo de públicos. Portanto nós temos uma área de abrangência que vai da região X ao Concelho Y, Z e K. Portanto, nesta área de abrangência não existe uma outra organização que tenha a mesma missão que nós.” (Organização CE).

Paralelamente, os estatutos jurídicos de discriminação positiva são encarados como um incentivo e uma oportunidade para a recolha de benefícios para a organização:

“(...) somos IPSS [...] com [o estatuto de] utilidade pública porque de facto a intervenção que temos merece a ideia de utilidade pública e mesmo em termos de donativos etc. é vantajoso para os privados! (...) No caso da ONGD, o impacto até ao ano passado ainda teve as linhas de apoio (...) à cooperação [...] do IPAD. Também já trabalhamos com eles [IPAD] como prestadores de serviços curiosamente, mas aí não precisávamos de estatutos, temos que prestar os serviços a estas entidades e pronto! E aí foi importante, ganhamos projetos de I&D e mesmo para candidatar a outras linhas de financiamento e fazer outro tipo de intervenção, este estatuto é importante!” (Organização PR)

4.2. Princípios e objetivos orientadores da ação

No eixo *princípios e objetivos orientadores da ação*, constatamos uma tendência forte para a dimensão coletiva do desenvolvimento. As incidências discursivas revelam uma leitura funcionalista, ou seja, uma ação ancorada na resolução imediatista das necessidades socioeconómicas identificadas e na qual o desenvolvimento local, a qualidade de vida e do emprego, o aproveitamento dos recursos endógenos, o trabalho de proximidade assumem prepon-

derância, em detrimento de uma prática estratégica, de longo prazo, com vista à emancipação dos indivíduos e das coletividades.

De facto, as próprias experiências de participação dos públicos/destinatários/membros existem, mas com intensidade eventualmente menor do que qualquer processo de capacitação e empoderamento nos parece exigir. Dos discursos dos sete casos, surgem apenas dois depoimentos neste sentido.

“E todas as quintas feiras há o Fórum das Comunidades [...] que é um espaço de formação, de avaliação, em que falam uns com os outros e com a equipa da comunidade! Nós criamos aquilo que para nós é importante, que são espaços de participação!” (Organização CT).

“ (...) tudo era decidido em reunião e agora também, ainda que a participação seja menor que aquilo que gostávamos” (Organização TC).

A inovação na ação parece ser considerada um traço do empreendedorismo social, surgindo em alguns discursos conotada com uma noção de inconformismo consentânea com uma *“alavanca do desenvolvimento”* (organização PP). Trata-se em alguns casos, da replicação de iniciativas ou metodologias inspiradoras, através da importação e aplicação, ao nível da organização, de exemplos provenientes de áreas de intervenção alternativas, ou mesmo de outras regiões e países. Em conformidade, os discursos assumem a inovação como uma característica identitária central, entendida como um princípio e objetivo que demarca umas organizações das outras.

Numa elaboração tributária da Teoria da Identidade Social (Tajfel & Turner, 1986; Brown, 2000), poder-se-á ilustrar o processo comparativo inter-organizacional, estabelecido pelos atores chave: a comparação entre entidades utiliza um sistema dicotómico, fixando-as em posicionamentos distintos ao longo de características fulcrais. Assim, as organizações socialmente empreendedoras mobilizam o seu pretenso carácter inovador também para salientar o carácter tradicionalista de todas as outras. A inovação, quando inserida num leque de características mais alargado, permite agregar o conjunto de organizações socialmente empreendedoras, diferenciando-as positivamente de outras, através do princípio do meta-contraste (Turner *et al.* 1987).

Retendo a nossa atenção nestes traços que, segundo os nossos entrevistados, marcam a diferença entre uma organização socialmente empreendedora e uma outra, definem-se quatro categorias principais que ilustram o discurso

de distanciamento identitário: i) filiação paradigmática; ii) a orientação das ações; iii) as características organizacionais; iv) a relação com o financiamento (Quadro 4).

Quadro 4 - Diferenciação identitária no terceiro setor

Vetores de diferenciação	Filiação paradigmática	Orientação das ações	Caraterização organizacional	Relação com financiamento
Organizações socialmente empreendedoras	Empoderamento	Inovador (Alto potencial de inovação)	Centralidade da Missão Flexibilidade / Criatividade	Tendência para a autossuficiência financeira Geração de receitas
Outras organizações do terceiro setor	Assistencialismo	Tradicionalista (Fraco potencial de inovação)	Missão Generalista Burocracia / Hierarquia	Tendência para a dependência financeira Subsidiarização

Fonte: concebido pelos autores baseado nas entrevistas

O discurso dos entrevistados foca o empreendedorismo social como um paradigma orientado para o futuro, acusando a referência a “velhos paradigmas” de filantropia para definir a rutura com a categoria das organizações não empreendedoras. A formação do “outro organizacional” desenvolve-se através da categoria de “terceiro setor não empreendedor”, caraterizado por formas de ação “assistencialistas”, pela dependência do financiamento estatal, pela fraca presença no mercado e, em suma, pela submissão às regras das burocracias estatais que marcam o trabalho por projeto na área da ação social.

Em contraciclo, apoia-se a vertente inovadora do empreendedorismo social, distinguindo-se sobretudo três componentes da inovação: i) a diversificação das ações; ii) a antecipação das respostas e iii) a novidade dos objetivos, ações e resultados. A necessidade da inovação é ilustrada pelo seguinte excerto:

“Corresponde ao aceitar desafios que lhes são postos enquanto IPSS, ao nível da criação de novas valências, de novos projetos, tentar sempre dinamizar e acompanhar evoluções” (Organização CT).

4.3. Competências organizacionais

Numa perspetiva estratégica, a noção de competência tem origem numa abordagem da organização como um portefólio de recursos físicos (e.g. finan-

ceiros) ou intangíveis (e.g. cultura organizacional) (Fleury & Fleury, 2001). Trata-se de uma concepção reificada da organização detentora de competências que resultam da combinatória de saberes existentes. É esta combinatória que faz com que a organização como um todo detenha um potencial de gestão organizacional que lhe permite atingir com sucesso os seus objetivos e cumprir a sua missão. De acordo com esta linha de raciocínio, o trabalho em parceria é mais um recurso, externo à organização, que é possível potenciar.

Deste modo, o trabalho em parceria, tal como se pode visualizar na Figura 1, pode ser entendido como uma prática de gestão (eixo 3) que permite uma utilização mais eficaz dos recursos escassos, bem como igualmente um princípio orientador da ação (eixo 2), no sentido do desenvolvimento de um trabalho complementar entre organizações, de modo a responder às múltiplas necessidades sociais. Com efeito, aparece com regularidade nos discursos dos entrevistados, assumindo todavia diversas configurações e outras tantas ambiguidades que se podem ler no Quadro 5, onde procurámos tipificar as redes de acordo com os critérios de pertença.

Neste sentido, inventariamos quatro critérios, designadamente: i) formalidade (caráter formal ou informal); ii) funções (sejam de associado, de cliente, fornecedor ou outro); iii) relação setorial (em que a intersetorial remete para as relações com os setores público —regional e local— e privado; e a intrasetorial para as relações estabelecidas no seio do terceiro setor); iv) temporalidade (que diz respeito ao cariz pontual ou de continuidade, mas com manifestas preocupações de beneficiar do capital social disponível).

Quadro 5 – Tipos de redes por critérios de pertença

Tipos de redes	Excertos
Formalidade (formal e informal)	“Relativamente aos supermercados G e J, nós somos fornecedores [...]. Relativamente ao hipermercado F, eles também fornecem-nos semanalmente alimentos! (...). Também temos as parcerias para a formação no posto de trabalho [...] na [área] formação profissional: portanto são também muito importantes pois permite que os jovens [...] possam ter uma aproximação ao mercado de trabalho [...]!” (Organização CE).
Função (associado, cliente, fornecedor)	“As parcerias são com as duas instituições onde sou Presidente! (...) Porque nós precisamos de alguma coisa é só ligar e dizer «Precisamos das V/ carrinhas hoje!», e vêm! Porquê? Porque eu sou responsável, não é?! Depois [...] temos excelentes relações com a Câmara Municipal, com as Juntas de Freguesia, com as associações desportivas!” (Organização CT)
Relação setorial (intersetorial e intrasetorial)	“Há redes de vários níveis, no fundo nós pertencemos um bocadinho a todas as redes sociais do nosso concelho das nossas áreas! [...] E estamos a falar de redes que não são formais [...] E depois pertencemos à rede A, ou seja, somos associados!” (Organização AD)
Temporalidade (esporádica e contínua)	“As parcerias mais significativas começam pela comunidade local, é uma parceria empírica não é, não está escrita! Depois temos as entidades externas: a instituição de ensino superior K, o Professor Y [...]. A ligação à Associação X que nos representa que também traz sempre alguns técnicos que vão conhecendo outras experiências e são sempre conhecimentos que vamos adquirindo e que nos vão ajudando também! E depois é o IEFP mais numa perspetiva institucional em termos de programas de formação!” (Organização TC).

Fonte: concebido pelos autores baseado nas entrevistas

Voltando às especificidades deste último eixo agregador, o que parece estar em causa é a detenção de recursos, sob a forma de competências, que garantam um funcionamento operacional e estratégico, ambos focados na eficiência e eficácia das intervenções. Aqui, parece haver uma relação entre a capacidade de explorar as oportunidades do contexto e uma liderança empreendedora que aposta na profissionalização da estrutura organizacional, tendo como base os instrumentos de gestão do setor empresarial. Surge de novo o enfoque na procura de sustentabilidade económico-financeira como uma competência organizacional que é, como vimos no Quadro 4, sinónimo de diferenciação identitária.

5. AS CONTROVÉRSIAS EM TORNO DO CONCEITO: INICIATIVA INDIVIDUAL OU COLETIVA, GERADORA OU NÃO DE EXCEDENTE ECONÓMICO, RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Apesar das características anteriormente enunciadas facilitarem o ângulo interpretativo, não eliminam as controvérsias acerca do conceito de empreendedorismo social, pelo que acresce a importância de salvaguardar algumas destas interpretações. As maiores controvérsias localizam-se em três domínios⁶: i) o caráter individual versus coletivo de uma iniciativa ou de um processo de empreendedorismo; ii) a possibilidade de levar a cabo uma atividade lucrativa de mercado e em que condições e iii) a identificação do conceito com as práticas de responsabilidade social dos setores público e privado.

A primeira controvérsia, presente nos discursos de oito interlocutores (Organizações D, G, I, J, K e L, Organização O, Informante 1), é reveladora das ambiguidades que se operacionalizam no debate entre um empreendedor individual e/ou um empreendedor coletivo, enquanto motor do processo empreendedor. A este respeito, os seguintes excertos ilustram a perspetiva em torno do empreendedor individual:

“O empreendedor social é alguém que cria uma organização social e é bem-sucedido do ponto de vista não só próprio, do seu trabalho, mas da comunidade, dos beneficiários, ele consegue mostrar que é um sucesso [...] tem essa qualidade de olhar a situação de forma sistémica e mapear onde nasce o problema e atuar nas causas” (Organização L).

“O empreendedor social é aquele que promove, que faz mexer, que alavanca as coisas, que dinamiza e que tem de recorrer a pessoas que saibam de outras áreas [...] situa-se muito ao nível de uma liderança dinâmica” (Organização G).

Os que fazem a apologia ao empreendedor coletivo referem que:

⁶ - Estes domínios remetem para as próprias divergências das Escolas mobilizadas para a análise do conceito: i) a primeira confronta as posições assumidas pela Escola da Inovação Social e as Escolas da Economia Social e da Economia Solidária; ii) a segunda, para o debate entre a Escola Empresarial ou da Geração de Receitas vs. a Escola da Economia Social; iii) a terceira, para as posições assumidas pela Escola da Inovação Social.

“O bom empreendedor social normalmente tem uma estratégia de saída, está pronto a sair do palco logo que o problema seja resolvido” (Organização I).

“(...) nós não usamos muito a questão do empreendedorismo porque a génese vem mais ligada a uma atitude individual. Quer dizer, é mais a atitude do empresário ou do empreendedor e nós vemos as cooperativas exatamente como elemento da comunidade, do coletivo, e não da pessoa que se destaca e que encontra uma solução produtiva, seja ao nível de bens ou de serviços. Portanto, as cooperativas são para resolver problemas comuns e trabalhados por conjuntos e não por uma pessoa, quer dizer, não há uma cooperativa de uma pessoa, ela necessita de um coletivo” (Organização D).

Relativamente à primeira perspetiva, subentende-se a aproximação à Escola da Inovação Social, isto é, à conceção do empreendedor individual bem-sucedido que, independentemente da sua pertença aos setores público ou privado, responde de forma criativa, inovadora e eficiente a uma necessidade social. Esta abordagem centrada no indivíduo é reforçada pelas capacidades que se associam ao perfil de empreendedor social, designadamente o facto de se tratar de um estratega perspicaz, que coloca as suas capacidades ao serviço de um objetivo social. Curiosamente, no discurso de uma rede de investigação científica europeia (Organização J), a dimensão organizacional é preterida face a uma análise mais focada no ator individual, ainda que as organizações possam constituir um meio de desenvolvimento de projetos dos empreendedores sociais. Acresce o destaque das dimensões da inovação, da pró-atividade, da escala, da sustentabilidade, da criação de valor social e do risco que caracterizam os projetos ou as iniciativas promovidas pelos empreendedores sociais.

A Organização C, uma associação mutualista, e a organização D, uma confederação de cooperativas, ao referirem-se a esta dicotomia entre iniciativa individual e coletiva, remetem para as especificidades das suas famílias de OTS. Trata-se de uma iniciativa coletiva, mas que está associada a interesses de um conjunto de indivíduos particulares, que se agrupam e se constituem como os membros beneficiários da sua decisão. O exemplo do mutualismo, onde os membros são beneficiários, é considerado como empreendedorismo coletivo (e não social) pois responde aos interesses individuais de um coletivo de pessoas e não geral.

A representação individualista do empreendedor social é recusada pela organização D que, na figura de um dos seus dirigentes, considera que o conceito de empreendedor social remete para uma concepção individual do fenómeno e que não se adequa a uma organização que tem uma natureza coletiva de *per si*. Uma postura que tende a aproximar-se da Escola da Economia Social e da Economia Solidária, que reclama uma estrutura coletiva e não um projeto individual.

Ligeiramente diferente destas concepções, mas alinhado com o carácter individual ou coletivo do empreendedorismo social, o Programa de fomento 1, pela sua natureza de fomento à capacitação individual e de combate às desigualdades, evidencia uma noção aproximada ao empreendedor individual clássico. O empreendedorismo é visto como uma solução de promoção de autoemprego e enquanto medida e instrumento das políticas de combate ao desemprego: *“a capacidade de fomentar o empreendedorismo em indivíduos em desvantagem, que por si só não seriam capazes de ser empreendedores”* (Programa de fomento 1).

A Organização I alinha-se por um significado individual do conceito, ao afirmar que o empreendedorismo social não tem que ocorrer obrigatoriamente numa organização, podendo ser apenas num projeto em qualquer tipo de organização, independentemente da pertença setorial. Tal proposta remete para a transversalidade do conceito, aplicável a qualquer setor de atividade, independentemente da sua forma jurídica e dos seus princípios gestionários e objetivos de mercado. Este é o caso paradigmático da última controvérsia anunciada e adiante retomada: a confusão entre práticas de responsabilidade social das empresas e o conceito de empreendedorismo social. À luz destas representações, há uma confluência de perspetivas que vão desde uma aproximação à Escola da Inovação Social, com o pressuposto da transversalidade do empreendedorismo social aos diferentes setores de atividade, até à Escola da Economia Solidária, onde se incluem pequenos negócios familiares como medida de combate ao desemprego.

A controvérsia em torno do excedente económico marca, igualmente, a temática do empreendedorismo social. Para pelo menos quatro entrevistados (Organização C, I, L e M), o “lucro” está inerente ao empreendedorismo social, como condição indispensável para garantir a sustentabilidade da missão social. Para a Organização L, o negócio social abarca as organizações em que o excedente económico não é apropriado individualmente e *“vai para uma comunidade, uma associação (...) o dinheiro é permanentemente investido e tem um propósito muito claro, social”*. A Organização C defende

mesmo a ideia de que as instituições sem fins lucrativos devem ser rentáveis e financeiramente sustentáveis. Os excedentes económicos constituem um meio para se chegar a um fim que, neste caso, são a utilidade para os associados e a utilidade social em geral, mas não a repartição desse excedente.

Contudo, este não é um traço consensual com o conceito de empresa social proposto pela Escola da Economia Social, a EMES, em que se assume a possibilidade de divisão do excedente pelos associados/cooperantes dentro de determinados limites, após garantidas todas as reservas previstas e o reinvestimento decidido democraticamente. No caso do Programa político 2, embora se ressalvem diferentes leituras, o empreendedorismo social é entendido como iniciativas desenvolvidas pela sociedade civil, nos diferentes campos (social, económico, cultural), que criam alternativas ou complementam as atividades já existentes. A diferença face ao setor privado lucrativo reside nos objetivos e princípios, sendo o lucro uma mais-valia que deve ser distribuído e/ou reinvestido.

A Organização E, apesar de classificar o conceito de empreendedorismo social como “dual e cinzento”, entende-o enquanto iniciativa composta por uma atividade produtiva com fins lucrativos. O adjetivo social afunila para as áreas “*que são consideradas áreas de intervenção social (...) muito importantes para a comunidade. Estamos a falar das várias valências: centros de dia, apoio domiciliário, [...] apoio à criança e aos jovens*”. Para esta entidade, o empreendedor social e o empresário em nome individual divergem apenas no tipo de conhecimento específico da área onde intervêm porque, em termos organizacionais, os recursos gestionários são comuns, aproximando-se claramente das perspetivas do empreendedorismo clássico e também da Escola Empresarial ou de Geração de Receitas.

A última das controvérsias assenta na equiparação do empreendedorismo social à esfera da responsabilidade social. A este respeito, a Organização N considera que o conceito de empreendedorismo social é falacioso, quando se reporta a estratégias de *marketing* social de empresas privadas lucrativas. Ou seja, a sua perceção é que se sobrepõe frequentemente ao conceito de responsabilidade social das empresas, remetendo para uma busca de notoriedade por via da benfeitoria social, pelo que manifesta alguma reserva e desconfiança:

“Uma qualquer empresa ao nível da sua responsabilidade social [...] desenvolve um projeto que [...] é inovador; colmata algumas necessidades da comunidade e ainda espicaça alguns potenciais fatores que estavam

subvalorizados, [...] é empreendedorismo, é um facto. Mas a ideia que eu tenho é que a responsabilidade social das empresas não é ... gratuita. Queria aqui usar a palavra certa... A empresa, quando leva um projeto de empreendedorismo para a frente, tem como fim único melhorar a sua imagem perante a comunidade e, seguindo por esse caminho fora, angariar mais clientes” (Organização B)

CONCLUSÃO

O presente artigo teve como objetivo identificar e compreender as diferentes representações de atores chave do terceiro setor relativamente ao conceito de empreendedorismo social, tomando como base as aceções mais difundidas internacionalmente e baseadas nas tradições académicas norte-americana, europeia e da América Latina. Não obstante, refletiu-se acerca da aproximação das representações dos entrevistados às diversas escolas de pensamento, ainda que com relevo para as concepções e dimensões de análise postuladas pelas correntes teóricas das duas escolas norte-americanas analisadas, a da Inovação Social e a Empresarial ou da Geração de Receitas, por via, em particular, dos seguintes elementos caracterizadores, a saber: i) ênfase atribuída à figura individual do empreendedor e suas características; ii) preocupação com a garantia da sustentabilidade financeira das organizações e iniciativas; iii) procura de soluções inovadoras para os problemas sociais; iv) transversalidade do conceito aos vários setores da atividade económica.

De uma forma geral, esta temática assumiu relevo em Portugal, nos últimos anos, no discurso dos meios de comunicação social, de organismos públicos e políticos, de algumas estruturas do terceiro setor e no seio da comunidade científica. Pese embora o crescente destaque do fenómeno, a análise realizada permite evidenciar a ausência de unicidade relativamente à definição do empreendedorismo social e um conhecimento pulverizado face ao mesmo.

As manifestações de desconfiança nem sempre se traduzem de forma clara, o que pode explicar-se pela heterogeneidade de enquadramentos institucionais. Acresce que as ambivalências acerca do conceito e do processo remetem para a: i) pertença setorial (Estado, mercado e terceiro setor) e ii) relação entre as personalidades jurídicas das OTS e o exercício de atividades de mercado, no cumprimento de uma missão social. Neste sentido, parece haver conflitos e contradições difíceis de resolver nestes domínios, que resultam da própria hibridade de lógicas e dinâmicas que caracterizam o terceiro setor.

No que diz respeito às dimensões da emancipação cidadã dos destinatários, o conceito de autogestão ou ainda os mecanismos de governação baseados na participação democrática de trabalhadores e na máxima “1 indivíduo, 1 voto” aparecem com muito menos intensidade. Deste modo, a dimensão económica do empreendedorismo social parece sobrepor-se às dimensões política e ideológica.

A partir da análise realizada, é possível aferir que os atores entrevistados tendem a privilegiar uma interpretação do conceito de empreendedorismo social associado à sustentabilidade económica, à gestão profissionalizada, à recusa do paradigma assistencialista e à promessa de resposta a necessidades sociais não satisfeitas pelas instâncias do mercado e do Estado.

Tal caracterização parece-nos ser resultado de uma contingência histórica. As OTS têm vindo a ocupar um espaço que resulta da “retirada” do Estado Social, aliás sempre frágil em Portugal, o qual, ainda mais em contexto de crise económico-financeira, tem vindo a transferir responsabilidades de execução de políticas sociais para a sociedade civil organizada que responde às suas prioridades de acordo com as regras estabelecidas pelo Estado. É comum estas organizações encararem-se a si próprias como meras prestadoras de serviços sociais ou de atividades de formação, desporto e lazer, mas tal postura esvazia o conceito de empreendedorismo social. Portanto, não deixa de ser estranho a quase recusa de se assumirem como alternativas ao modelo de desenvolvimento dominante, mesmo quando o conjunto das suas atividades é reconhecido pelos próprios como inovador.

De salientar, ainda, que se avançou a hipótese das OTS com perfil de empreendedorismo social ilustrarem e pugnarem por um modelo de desenvolvimento mais integrado nas suas dimensões locais, económicas, de emprego, demográficas, de formação e de educação, entre outras. Contudo, não se constata a ambição, ou a referência a outro modelo societal capaz de inspirar o reequacionamento de outras formas de relação económica e política e de coesão social. As lógicas de concorrência e de subsidiação colocam estas organizações numa situação de constrangimento, onde a sua luta diária pela sobrevivência parece retirar-lhes a disponibilidade para funcionarem como “movimento alternativo”, como experiências de outros tipos de relação entre o económico, o social e o ambiental.

Por fim, considera-se que o resultado do confronto entre a revisitação de diversas correntes teóricas e as representações dos atores chave entrevistados possa ser um contributo fundamental para a estruturação reflexiva de um

campo, onde tem vigorado a indefinição, o desconhecimento e a ausência de referências consensuais. As perspetivas destes atores assumem um papel acrescido no debate e na configuração do empreendedorismo social no domínio nacional. Além disso, demonstra-se que, se o conceito sofre as influências óbvias das abordagens internacionais, ele é também apropriado pelos atores, assumindo especificidades e originalidades que se coadunam com as particularidades da sociedade portuguesa.

BIBLIOGRAFIA

BOSCHEE & MCCLURG, *Towards a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions*, 2003, Retirado a 12 Novembro de 2012, de: <http://www.caledonia.org.uk>

BORNSTEIN, *Como mudar o mundo: os empreendedores sociais e o poder de novas ideias*, Estrela Polar Editora, Alfragide, 2007.

BROWN, “Social Identity Theory: past achievements, current problems and future challenges.” *European Journal of Social Psychology*, n.º 30, 2000, pp. 745-788.

CERDEIRA & PADILHA, *As Estruturas Sindicais Portuguesas: Uma Análise Evolutiva, 1933–1984*. Lisboa: Ministério do Emprego e da Segurança Social, Lisboa, 1988.

DEES, *The Meaning of “Social Entrepreneurship”*, Duke University: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, 2001. Retirado a 8 de novembro, 2013, de http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf.

DEFOURNY & BORZAGA (Eds.), *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge, London, 2001.

DEFOURNY & NYSSSENS, “Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector.” *Policy and Society*, n.º 29, 2010b, pp. 231-242.

FERREIRA, “O que tem de especial o empreendedor social? O perfil de emprego do empresário social em Portugal.” *Oficina do CES*, Coimbra, n.º 223, 2005, pp. 1-43. Retirado a 8 de novembro, 2013, de http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/527_2005%20Oficina%20do%20CES%20n.223.pdf.

FLEURY & FLEURY, “Construindo o conceito de competência.” *Revista de Administração Contemporânea*, n.º 5, 2005, pp. 183-196. Retirado a 8 de novembro, 2013, de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v5nspe/v5nspea10.pdf>.

FLICK, *An introduction to qualitative research*, Sage Publications, Thousand Oaks, 1998.

LAVILLE & GAIGER, *Economia Solidária*, In Gattani, A. S., Laville, J.-L., Gaiger, L. I. et.al (Eds.), *Dicionário Internacional da Outra Economia*, Almedina, Coimbra, 2009, pp. 162-168.

MULGAN, “Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated”, *Skoll Centre for Social Entrepreneurship*, 2007.

SPEAR, “Social entrepreneurship: a different model?”, *International Journal of Social Economics*, n.º 33, 2006, Vol. 5/6, pp. 399-410.

SOUZA, *A economia solidária é uma miragem*. Comunicação ao 34º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação em Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS), Caxambu, Minas Gerais, texto policopiado, 2010.

TAJFEL & TURNER, *The social identity theory of intergroup behavior*. In Worchel S. & Austin W. (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, Nelson Hall, Chicago, 1986, pp. 7-24.

TURNER, HOGG, OAKES, REICHER & WETHERELL (Eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*, Blackwell, Oxford, 1987.

QUINTÃO. *Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego*. Comunicação apresentada no Seminário Trabalho Social e Mercado de Emprego, Porto: Universidade Fernando Pessoa. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, 2004. Retirado a 8 de novembro, 2013, de <http://www.letras.up.pt/isociologia/uploads/files/working4.pdf>.

